哲商思维

—与成功者共舞的智慧

阎玉苏

中国广播电视出版社

COAY Books

目录
Content

- 谨以此书献给我的父亲和母亲
- 序：知行合一，越走越远
- 自序：我思故我在(1)
- 自序：我思故我在(2)
- 前言：守望2010
- 目录(1)
- 目录(2)
- 现代儒商的价值体现 我的探索
- BOSS不是人做的
- 不正当竞争怎么得了(1)
- 不正当竞争怎么得了(2)
- 不正当竞争何时休？
- 会否“三规”？ 合格管理者的衡量标准
- 再谈体系化管理 组织执行的步骤
- 中国应建立统一的企业评价标准
- “生意人”的另类解读(1)
- “生意人”的另类解读(2)
- 企业家要讲政治 也谈儒商精神
- 你是有效管理者还是英明领导者？(1)
- 你是有效管理者还是英明领导者？(2)
- 学习能力是个人的核心竞争力(1)
- 学习能力是个人的核心竞争力(2)
- 人生更需要有效经营管理
- “不做总统，就做营销人”
- 大目标应该是中华伟大复兴
- 从小做起，做大国民
- 为什么中国大陆迄今未有获诺贝尔奖者？
- 科学发展应该以人的发展为优先

谨以此书献给我的父亲和母亲

下海创业18年有余了，近几年才能够偶尔得空将自己的一些经营心得以及其他感悟写成比较正式的文字。现在终于又有机会将这些文字变成这样一本书了。

许多人的恩德成就了我44年的人生，这是我要一辈子去感激的。但这本书是我的第一部主要关于创业和经营的书，我想首先应该献给我的父亲和母亲。

多抽空对自己的经营体验和人生感悟做一些整理，多写下些能够让别人从中受益的文字，我是很乐意的。我想只要一切正常地继续下去，我还有在书上表达感谢的机会。

谢宏

序：知行合一，越走越远

很乐意在谢宏的这本《哲商思维》里写几句话。

谢宏离开母校，下海创办贝因美后，我对他和贝因美一直非常关注。尽管对他的创业构想、创业准备有所了解，相信他能够逐渐把事业做起来，但在他创业的初期，我还是有些为他担心的。因为他创业起点不高，而竞争对手却很强大。后来，谢宏果然不负众望，贝因美的事业一直稳步发展，从前几年开始走上快车道。现在，他成为母校浙江工商大学最杰出的校友之一，他开辟的婴童事业，创建的贝因美品牌，也成为母校的荣耀。因为曾经是他的同事，所以他的成功，也是最让我高兴的一件事情。他想将博客里的一些经营心得集结成《哲商思维》面世，这是又让我感到高兴的一件好事。

研究和讲授“东方管理学”是我这些年来所做的重要工作之一。中国先哲们的智慧中，有很多瑰宝我们可以引以为经营管理的圭臬。“本立而道生”，“道生万物”，“世必有非常之人，然后有非常之事；有非常之事，然后有非常之功”，“君子爱财，取之有道”，“智者先胜而后求战，暗者先战而后求胜”，“贤主劳于求贤，而逸于治事” 这些智慧都告诉我们，经营的根本在于经营之道，得道多助，失道寡助，得道才能成功。那些经营大师们的成功案例是对于这些智慧的验证。“哲商”及“哲商思维”，清楚地指出了企业经营者、管理者如何追求最高境界，从而获得成功，应该是很有启发意义的。

不是每一株树苗都能长成参天大树，没有人能够随随便便成功。一株小树苗能否长成参天大树，要看它是不是大树之苗。一个企业经营者想要成功，首先要具备成功的基因 经营之道。目前的成功浙商群体中，包括两类企业家：一类出身于“草根”，在残酷的生存之战与市场的洗礼中存活下来，一步步成长、壮大、成熟起来。这一类属于大多数派。另一类出身于学府，在受过良好的教育熏陶之后，怀抱事业理想投身商海，运用自己的商业智慧，按照当初的事业构想，逐步建

立起了自己的商业王国。这一类属于极少数派。谢宏就属于后一类，而且独具特色：他一开始就走的是一条品牌及事业定位很高的本土国际化路线。但不管属于哪一类，他们能够进入到成功者的行列，都是因为他们拥有了成功的基因。只不过获得成功基因的阶段不同，所付出的学费也不同而已。

谢宏在校工作时，就给人以勤于学习、思考，敢于行动的印象，创立贝因美后，他学以致用，怀道经营，在“老板”这个平台上继续修炼。现在他又将修炼所得写了出来，自定义为“哲商思维”，与外界交流分享。我很赞赏他依然保留着大学教师的风格，也赞赏他所表现出的社会精英意识以及公民情怀。

从一个管理学研究者的角度来看谢宏所写的经营心得，我觉得他是有些“另类”的。正是经营企业所磨砺出的务实作风，以及经营企业的亲身实践，使得他对经营管理的认识有许多独到之处，同时也使得他的表达与学院派的风格如此不同。我认为这对于管理学研究者以及正在路上的经营管理者们都是很有裨益的。

谢宏一直以前瞻的眼光、宽阔的视野、系统的洞察在把握经营环境的变化趋势，在经营着事业，经营着未来，我祝愿他能够一直站在行业的巅峰之上，永远保持知行合一，祝愿他越走越远。

浙江省社会科学界联合会主席

浙商研究会会长

胡祖光

自序：我思故我在(1)

三年前，我接受建议，在新浪和搜狐开了博客，也算成了网民。三年来，忙里偷闲，见缝插针，时断时续地写下了一些文字，发在自己的博客里。半年前，开始有朋友建议，让我将博文做些整理、补充，最后成书，以奉献给更多的朋友，我的生意伙伴、朋友易德炜先生甚至为我想好了书名《哲商思维》。考虑之后，我也觉得这是很值得去做的一件事情。最近几个月，我也有意识地朝这个方向努力，尽量挤时间丰富自己的博客。

打个不太恰当的比喻：企业（特别是做消费品的）做到一定程度，有了一定知名度，你（企业领导者）想要做得更好，不管你喜欢不喜欢当明星，你必须当一个受人欢迎的明星（当一个受欢迎的公众人物），你要做得更好，就意味着你必须成为“一线明星”、“当红明星”，必须成为“大腕”。

其实社会大众对于“大腕级的企业”的要求，比对大腕级明星的要求要高得多：既能为消费者提供好的产品、好的服务，又能为社会承担更多的责任，还能担当起意见领袖的角色，向社会贡献更多精神价值，才算得上是大腕级企业。

所以，开博、出书、演讲这些事情，自然成了一个企业领导者必须做好的事情。你要尽可能地去满足社会大众的期望，以期让自己的品牌成为并且永久成为既有高知名度又有高美誉度、高忠诚度的品牌。

经过一段时间的努力，觉得博客里可以给人们带来一些益处、符合“哲商思维”的内容多了起来，基本上可以集结成一本书了，那么，就先出一本《哲商思维》吧，否则，就有可能又让别人抢先了。

“哲商”概念的正式提出，见于新加坡纸业大王黄福华先生所著的《哲商》一书。我非常赞同黄福华先生的观点：完全凭勇气和胆识行事的商人，是草商；学养高的知识分子型商人，是儒商；有大智慧、

有思辨力的商人，是哲商。哲商把哲学智慧运用到商业中，是哲人与商人的完美结合，是商人中的最高境界。

《哲商》这本书刚上市时，我在候机厅里发现了这本书，买来一读，即引起强烈共鸣，对黄福华先生的敬佩油然而生。黄福华先生所总结的经营智慧与生命智慧非常之好，以“商界无冕教授”赞誉他，他当之无愧。但老实说，当时我心里还有一种很强的“失落感”。因为，黄福华先生的“哲商”理念正是自己已经付诸实践并且很想写出来奉献给大家的东西。遗憾的是，让黄福华先生先我一步，抢在了前头。

我当初在做下海决定之时，还有一个决心：既然选择了办企业、做商人，就一定要做好，所谓得道成功，德行天下。

毋庸置疑，松下幸之助、土光敏夫、稻盛和夫、比尔·盖茨、李嘉诚等名扬全球的商业巨子，之所以能够取得极高的经营成就，根本上是因为他们有自己的价值观与方法论体系，也就是一个好的“哲商思维”体系。

悟透生命的价值、生活的意义，用哲学的智慧建立起自己的经营哲学、经营战略、经营策略，有清醒的角色认知、正确的价值取向、坚定的人格精神，应是“哲商思维”这个概念所要涉及的主要内容。要进入“哲商”境界，要做成功的经营管理者，首先要具备“哲商思维”，“成功的生意人，一定是懂得生命价值和生活意义的人”，“领悟生命，是一个起点” 因为角色需要，多年来，我一直利用各种机会，从鼓吹这些基本观点开始，向我的各类听众传播我的理念和想法。

关于我的经营理念、战略、策略，罗建幸、邵清风、林元三位研究观察家在其所著的《贝因美密码》里已经做了比较详尽的介绍，丰收企业管理顾问公司吴忧博士的《贝因美是谁》、《中国经营报》等媒体所发的一些关于贝因美的专题采访文章中也都有涉及。但在这本《哲商思维》里，读者朋友们将要看到的，是我用自己最喜欢的表达风格，用一种非学术化的语言，意识流式地记录下的我的“心经”、“心

得”、“感悟”，当然也是一个企业经营者对自己生活与心灵的自我表白。我觉得，坦

自序：我思故我在(2)

白、直接、平实的交流方式，是最好的交流方式，用这种方式才能与更多的朋友做更好的交流、分享。

其实我骨子里是一个“性情中人”，喜欢读书思考，喜欢旅行考察，喜欢良师益友，不喜欢多说话，要说就说真话，但也可以做到该认真时很认真，该放下时即刻放下，该遗忘的即时遗忘。同时，我也是一个很新奇的人，有了新奇的想法，我就会赶紧努力地创造条件、寻找机会，去尝试，去实施，也就是知了就要行，强烈追求知行合一。按照我已故人文导师刘锡光先生的理论，人是一种主体性存在，是具有对象化功能的高级动物。经营就是进行对象化的价值活动，即价值化劳动。我这个人的性格特质其实更适合于去做科学技术研究。这样说太哲学、太学术，就不往下说。我也清楚，我的这些性格特质，往往有时候就成了我的缺点，不了解我的人，往往不太接受我。但江山易改，禀性难移，还得加强修炼。

生命有限，思想无限，自我实现，自我完善，追求永恒，是主体生命的本能。我写这些，也是希望立此存照，也算是另类地自我实现一把，希望朋友们多捧场！

是为自序。

谢宏

前言：守望2010

2010到了,我们兴奋，我们不安

为什么?!似乎有些说不清,道不明。

但如下事实无可回避:

50后六十啦,

60后五十啦,

70后四十啦,

80后奔三啦,

90后也正登上历史舞台！

2000后冠军宝贝们也正快速成长

历史的脚步就这样不可阻挡地阔步向我们走来。

守望2010，地球人期待共赢，却又忐忑不安，不知道为什么，也不知道该怎么办

或许是历史的吊诡?

或者是现实的处境?

抑或是前途的不确定?

一切有待验证！

正所谓：人人有机会，个个没把握！

但我们不用悲观，尽管气候大会没能达成有约束力的协议，气象预报却总是越来越远，历史的脚步已然向前

因为，只要我们预见到了，就还有时间准备，更有可能行动应对！怕的是我们集体无意识！！

人生苦短，生命有限，好在我们还能思维，人间还有真善美爱！

守望2010，我们都应该欣慰！因为地球还在正常运转！世博会还要在上海召开！南非还有世界杯！我们还能看，还能互相理解！

展望2010，我们努力共赢！虽然信心百倍，但也没有掉以轻心，盲目乐观！

地球人，朋友们！
让我们一起守望2010，坚信等待的一定会来！
2010年元旦于杭州北高峰灵顺寺

目录(1)

序：知行合一，越走越远007
自序：我思故我在009
前言：守望2010012
第一篇说商道
1谢宏说法
2我发誓：一定让中国宝宝喝上国际品质的放心奶
3正告某些网友和亲爱的竞争对手
4食品安全搞好了，中国就真的强大啦!
5应将《食品安全法》扩展为《食品安全与营养保障法》
6现代儒商的价值体现
我的探索
7冬天里行业领袖的担当
8企业家只要做一件事！
浙商转型的另类思考
9中小企业之困
10洋奶粉和部分本土品牌为什么要涨价?
11BOSS不是人做的
波士堂3周年庆典有感
12不正当竞争怎么得了
《反不正当竞争法》颁布实施16年有感
13不正当竞争何时休?
14帅者师也，师者帅也
第25个教师节的另类思考
15会否“三规”?
合格管理者的衡量标准
16优秀经营者的四大本能

兼谈好的经营意识
17管住真理
管理的另类解读
18如何把握真理?
19再谈体系化管理
组织执行的步骤
20创业致富VS打工致富
创业板开通有感
21中国应建立统一的企业评价标准
再谈创业板开通
22挖金矿VS种摇钱树
23我们真是生意人吗?
“生意人”的另类解读
24“火星没事，地球有事”
也谈文化营销
25企业家要讲政治
也谈儒商精神
26谈谈管理者的基本功
也谈执行文化
27企业家应该是杂家
28你是有效管理者还是英明领导者?
29再谈如何把握真理
兼谈变革和创新管理
30分类管理，有效管理的头道菜
31授权，有效管理的金钥匙
第二篇说人道
1今天
2今天是非常特殊的日子

“九一八”有感
3人生
4中秋感悟
5人贵有自知之明
6新年寄语
7人在江湖，身不由己；得道成功，德行天下
8天道酬勤，地道酬实，人道酬善
9第三次真正的震撼
10学习能力是个人的核心竞争力
给全体贝因美人的一封信
11人生更需要有效经营管理
12精英意识VS贵族意识
13这辈子我们还能干什么?
商学院同学会有感
14职业发展阶梯VS禅修的境界
也说我的创业心路历程
15“不做总统，就做营销人”
为人类进入营销时代鼓与呼兼谈个人品牌塑造
16八维人际关系管理
为人处世的基本功
17怕的是集体无意识
1880后，快立起来
第三篇说学道
1成功人生，从小起步；科学养教，奠定基础
2母亲节有感
3网友互动
4刻骨铭心的2008年六一节
5理性父爱给孩子无缺憾的童年

6鸡蛋仍是最安全的天然营养食品
7应该将产假延长到18个月
也谈我的亲子早教观点
8别样的母亲节
9大目标应该是中华伟大复兴
首届亲子文化论坛感触
10学好×××，不如有个好爸爸?
也谈父爱主义
11三岁看大，真的吗?
记安妮宝贝3周岁生日会兼谈早教误区
12从小做起，做大国民
13为什么中国大陆迄今未有获诺贝尔奖者?
高锟新获诺贝尔奖有感
14天赐营养VS伟大发明
母乳研究最新进展发布有感
15科学发展应该以人的发展为优先
首届中国宝贝成长论坛有感
16杂食，我的营养圣经
也说亲子健康管理
第四篇杂论
1一个中国公民对中国改革开放三十年的思考
读温总理《百年大计教育为本》有感
2消费主义在中国胜利了吗?
3透视日本
也谈五四运动九十周年
4天灾与人祸
5·12四川地震周年祭
5法治是逼出来的

《食品安全法》生效有感
6腐败为什么铲除不掉?
7你为什么要猛揿电梯按钮?
8美国南北战争的另类解读
也谈反国家分裂
9为什么内需拉动不起来?
10“劣等种族说”该终结了
张琳破纪录有感
11中国应再申办世界杯
北

目录(2)

京奥运会一周年有感
12不可忘却的9·14
13甲子兴邦
中国应大力强化国家营销
14财富没有原罪
也析仇富心理
15山寨，别太离谱啦!
也对乔布斯获评最佳CEO有感
16房地产虚火压制中国经济转型
中央经济工作会议有感
17呼吁营养立法，打造“健康中国”
兼谈“平安中国”、“快乐中国”、“幸福中国”
18中国人VS日本人，崇洋VS崇强
圣诞平安夜有感
附录
1天国之旅
“西藏游”诗三首
2十六岁的花季有感
3领教恶搞
42009年清明贵州行有感
5江湖令
我信奉的做人做事准则
6新董事会顺利召开有感
7不做“总统”，就做营销人
谢宏解析贝因美的核心竞争力

现代儒商的价值体现 我的探索

我自认为是个儒商。我对儒商的定义就是有道德和良知的商人，很简单！做儒商最重要的是不能见利忘义，也不能“舍利取义”，而是一定要想方设法做到义利统一！我了解中国历史上成功的儒商就是这么做的，比如胡雪岩。

我认为现代企业家首先应该是一个合格的商人，在道德层面，就应该是儒商。企业家的本分就是怎么把企业做好，这就是价值体现。现在市场经济条件下，企业也好，商人也好，都是价值创造的主体。首先应该遵循价值规律，所有经济学规律中，价值规律也是最核心的规律。此次由美国次贷危机引发的金融危机，我个人认为是那些金融衍生品以及规模庞大的虚拟经济严重扭曲了价值规律，扭曲过度要回归，就爆发危机。实体经济也是一样，中国乳品行业此次三聚氰胺事件就是一个鲜活的案例。

就商业价值而言，我以为现代儒商应该把对商业价值的追求上升为价值链经营的层面，统筹兼顾客户价值、员工价值、合作伙伴价值（含上下游）和股东价值即利润。

如果说商业价值是儒商的基本价值体现，那么儒商更重要的价值应该体现在社会价值层面。我认为，最基本的社会价值体现应该是纳税，纳税多少最直接体现企业或商人的社会贡献大小。可惜，我们现在好像还没有完全建立这样的观念和体系。政府对企业的很多优惠政策应该重点考虑企业纳税的多少。或者说政府和社会对商人或企业的评价体系要建立起来，最基本的就是看纳税，而不是其他什么似是而非的指标。说实在的，我觉得现在的税收很不合理，增值税、所得税都太高，消费税太低，结构不合理，税率不合理。对食品企业尤其不合理，食品企业的原料是农产品，增值税抵扣率是13%，而销项税率是17%，而食品一经生产出来，就开始贬值（因为食品有规定保质期），销售风险很大，又是国计民生产品。总之，按现行政策，食品

企业风险大，税负重，责权利严重不对应，我以为这是中国食品安全问题久治不好的深层次原因。儒商社会价值另外方面体现在解决就业以及对社会进步、创新的贡献上，因时间关系不展开叙述。

现代儒商当然应该有自我价值追求。简而言之，要身体健康、事业有成、生活幸福。身体健康不用说。事业有成，我理解就是名利双收。另外，不要太卖命了，儒商要活出精彩、活出价值，也要活得长。因为，真正的儒商应该是当今中国社会宝贵的“财富”！

最后，我认为把所有的东西归结起来，儒商要有一个经营人生的概念，要懂得价值平衡和价值取舍。在操作层面，要首先解决经营动机问题，要从简单的利益驱动上升为价值驱动，进而上升到信念和信仰驱动，否则一定是走不远的！

很高兴和各位专家分享我对儒商的思考和探索，更期待大家的帮助，以更好地应对未来的挑战！本人会继续以贝因美为平台，努力践行儒商的价值！

总而言之，儒商应该奉行“君子爱财，取之有道”的行为准则。

BOSS不是人做的

昨天，台风“莫拉克”没能挡住BOSS们的脚步，上海星河湾，BOSS大聚会，波士堂举行3周年节目播出庆典，倾城之夜，感动

感谢第一财经和唯众传播，尤其要感谢杨晖发现了我们，还让我们走红地毯，为中国的波士（BOSS）们倾心打造了这个展示老板们真性情的节目。这可能也是当下中国唯一一个深度挖掘传播老板性情和真实思想的大众传媒，这是件大好事。因为，老板们作为当下中国的特殊群体，虽然可能人多向往之，但我以为全社会对老板们其实严重欠缺应有的认知、理解和尊重。今天我想借题发挥，谈谈感受。

有很多朋友问过我，这么多年下来，对做老板有什么感受，我的回答就是“老板不是人做的，尤其在中国”。更有了解我18年创业历程的亲朋好友私下说：“这个老板，送给我也不要做!”近几年浙商当中还有调侃的说法：“老板是给打工者打工的!”杭州人更有“老板，扳牢”之说，意思是一旦做了老板，就动弹不得，像坐牢一样。尽管杭州的创业氛围还很浓，政府大力倡导大家创业做老板，但还是有许多人害怕做老板。

当然做不做老板首先是个人的人生选择问题。但为什么那么多人想做老板，又有那么多人怕做老板？我想前者更多看到老板风光成功的一面，后者更多看到做老板痛苦、风险、责任的一面。不曾想，做老板也是个围城!

老板的确不是常人做的。如果失败，倾家荡产，身败名裂，后果不堪，所以，首先要有接受失败的承受力。这种承受力，哪怕心理层面的就够呛，特别是像我这样书生下海的，首先就得克服失败的恐惧!否则，赶紧上岸，搞不好就是“战斗未捷身先死”，做不得的。

成功的老板，看上去自然风光!但我敢说，每个老板一定都有自己不堪的故事。如果你发达了，首先被拷问、质疑的就是你的钱是否干净，然后各种责任、利害关系，稍有不慎就可能麻烦大啦!其次，可能

又有人会想这家伙是否“为富不仁”。像我这等“中国最具书生意气的BOSS”特别受不了这个。所以，做老板，即使成功了，还要定力好，神经坚强才能做!

还有很多成功老板，开始时只想发家致富，改善生活。成功后有钱了，如果得不到理解、尊重，很可能就不做了，因为做得越大责任越大，风险越大，越难受!如果没有相当的境界、更高层面的目标追求，一定不想做。

我常说，老板是顾客/股东/员工/合作伙伴/政府社会的五夹板，每一层夹得都不好受，如果摆不平，就死定!所以，做老板，摆平就是水平。

但当下中国，还不富强(即使富强了还要可持续发展)，实在太需要企业家精神，需要老板们继续为打工者打工，继续创富，需要更多人加入成功老板行列。因此，需要国人对老板们更多地理解、尊重(老板们当然也要自重)，让老板们有动力做下去，创造更多就业和社会财富。况且，中国要强大，如果没有企业的强大，没有一批重量级的老板，是不可思议的。为此还是需要更多的人去做好老板，不管初衷如何!

不正当竞争怎么得了(1)

《反不正当竞争法》颁布实施16年有感

BOSS不是人做的 引起很多老板朋友的共鸣，确实，这是我创业18年来最痛彻的感受!还有就是碰到的大大小小的老板，几乎没有一个不叫累的。可能人前表现神采飞扬，但在人后没有一个不叫苦叫累的(如果你真是他/她的知心朋友)。而最累最怕最无奈的就是出现市场失控 行业恶性竞争的状况。曾经和不同行业的企业界朋友以及经济专家交流过，印象中几乎没有一个行业不曾经历过所谓“行业洗牌”，实则就是恶性竞争，实质是严重不正当竞争状况!今天恰好是《中华人民共和国反不正当竞争法》颁布实施16周年，有感而发，也算是和朋友们倒倒苦水，如果能引起一些有识之士的共鸣，那就更好!

首先，我要说《反不正当竞争法》的立法原意是非常好的，立法的时机也是很及时甚至可以说是相当超前的。因为众所周知，1993年正是中国确立走市场经济道路不久，经济体制也刚刚开始从计划体制向市场体制转变。立法者就能制订出台此法实属英明超前，且立法原意非常明确，就是为了维护社会经济秩序，规范行业竞争行为，坚守商业道德，促进市场经济有序健康发展。特别是把不正当竞争提高到可能破坏社会秩序和道德底线的高度，应该说是非常深刻和有远见的。

但令人遗憾而不得不说的是，相比于另外两个非常重要的经济法（《经济合同法》和《消费者权益保护法》，西方并称为三大商法），《反不正当竞争法》从司法角度，是贯彻执行得最差的。从司法实践上讲，甚至可以说迄今都未能建立明确的司法体系，此法也从某种意义上形同虚设!窃以为，正是《反不正当竞争法》司法的欠缺，甚至可以说已经成为中国社会经济可持续健康发展的大毒瘤！而且正在转向恶性肿瘤 癌变!因此呼吁企业界朋友以及法律界、政府相关部门高度重视《反不正当竞争法》司法体系的完善及其贯彻实施，否

则，中国经济转型，可持续健康发展等都有可能落空，中国社会经济甚至道德、政治都将付出巨大代价。

终端卖场常常是消费品恶性竞争的前沿阵地，众多的促销员常常相互诋毁发生冲突，甚至大打出手。

因为，中国要强大，首先经济要强大!而经济的后面是文化，文化的后面是道德，道德的后面是信仰!不正当竞争大行其道，破坏的绝不仅仅是经济 或许有朋友会说，没有此法，现状可能会更糟，这我承认!但今天我们站在共和国60岁，要靠市场经济更好地实现中华复兴，中国经济要实现从世界工厂向世界市场转变的历史性门槛上，如果没有良好健康的市场竞争规则和秩序，实在不可思议。

个人以为，《经济合同法》是基于诚实信用原则，相对贯彻得最好的，因为诚信已成为全社会的共识，得到了重视，相信会越来越好。《消费者权益保护法》也贯彻得不错，因为消费者主权意识高涨，且人多势众，大家都要讨好!而作为规范行业行为的《反不正当竞争法》，通常大家以为那是圈内的事，与我何干，多一事不如少一事。即使打得你死我活，最多想到老板不好做，或者认为“胜者为王，败者为寇”而已。殊不知，所有行业的恶性竞争都会加大生产经营成本，作为经营者势必要转嫁给消费者（买方）。从长远看，如果好的经营者被消灭，也就是经济学家所言劣币驱逐良币现象，李逵打不过李鬼，不断上演乱拳打死老师傅的剧目，对社会道德文化心理的冲击会有多大！不堪设想，一个恶者当道的经济社会会怎样？！

曾和外商交流讨论过国外的情况，不正当竞争在不同时期不同国家都发生存在，有的还很严重。但可以说没有像中国如此恶性和惨烈的（具体限于篇幅不描述了）。原因何在？可能是我们穷怕了，穷得太久了，一有机会就“穷凶极恶”，早把“君子爱财，取之有道”的千年古训忘掉了。另外，中国改革开放是从阶级斗争中转出来的，是不是“你死我活”的阶级斗争思

不正当竞争怎么得了(2)

维惯性的作用呢?

外资奶粉品牌抢占到中国高端奶粉市场90%以上的市场份额，其主要营销手段就是通过医生推荐所谓医务推广路线推广婴儿奶粉，不仅违反WHO《代乳品销售守则》，更是不正当竞争行为！而迄今未有管控，令人费解。

痛定思痛！本人强烈建议有识之士、有道之人首先共同努力推进《反不正当竞争法》的司法改善。应该明确工商管理部门为唯一的执法主体，不要多头管理。商务部应该主要负责制定行业行规、法律细则，完善立法。行业协会也应该进一步立法明确要发挥行业自律作用，并将反不正当竞争作为行业管理的核心职能来抓。总之，要更重视《反不正当竞争法》的司法。而业界朋友则不要沉迷于丛林法则，多一点竞合发展的理念和行为。君子爱财，取之有道！多行不义必自毙！

当然，有道的朋友们不能仅依赖道义的力量，更要拿出勇气、智慧、实力和李鬼斗法，因为市场不相信眼泪！市场无情！也正因为市场的无情，最终才能实现公平公正，或者这是市场的辩证法吧！

愿中国经济早日消除不正当竞争，越来越健康！

又及：可能有朋友会批评，谢宏你算什么东东？胡说八道！但我还想大声说，作为有良知的民族企业家，都应该站出来，坚决抵制不正当竞争行为！

不正当竞争何时休?

上周才刚写了“不正当竞争怎么得了”的博客，网上就沸沸扬扬闹腾起美国辉瑞公司不当营销（实质就是不正当竞争）被罚23亿美元的事。这的确是个让人惊叹的事。说明不正当竞争中外皆有，只是中国却没有辉瑞这样的案例。

我关注此案，还因为辉瑞公司刚刚以现金和股票收购了惠氏，交易总价约680亿美元，这是全美三年来的最大一笔收购。现在出了这档子事，不知该怎么说。

我以为，辉瑞公司的“遭遇”早有端倪。早在2008年的时候，辉瑞就以8.94亿美元了结了止痛药诉讼案。而后因为试药导致11名非洲儿童死亡，又付了一笔赔偿款。辉瑞公司以为钱能摆平一切，就继续采用不当营销手段。在过去的10年里，就曾违法营销过13种药品。自2002年以来，因非法营销也支付了不少罚款。这想起来就像：卑鄙是卑鄙者的通行证。

尽管美国本土的丑闻事件是否影响其在中国市场的形象及销售还不可知，不过这对国内的同行或许是“警示”。就像我以前博客中多次提到“君子爱财，取之有道”。出来混，迟早是要还的。国人更加应该引以为戒，千万不要迷信洋品牌，利诱之下照样会做出伤害消费者的事。

不正当竞争在中国何时休？！哪一天中国没有了回扣，不靠商业贿赂做生意了，大家都赚的是干净钱就OK啦，那时中国社会也一定更健康和谐！或许中国的执法部门更要学习美国司法部门的精神。

真切期待不正当竞争早日休

会否“三规”？ 合格管理者的衡量标准

一直以来有不少朋友和我讨论管理，贝因美商学院也向我约稿，希望我谈一下多年以来对管理的独到理解。今一并作回应，写成博客，和大家分享探讨。

“管理就是管事理人”，我比较赞成这一说法。我理解，管理从本质上讲应该以事为本，关键在于如何处理好“事与事”、“事与人”、“人与人”的关系。

作为管理者，在实际操作上，我以为就是怎样做“三规” “规划”、“规则”、“规矩”的问题。也是一直以来我用来衡量管理者是否OK 毕业出师的标准。

会做规划，就是怎样在事前系统决策，把管理目标、要素、职能进行清晰定义 概念化，然后逻辑化、系统化的工作。古人谓之谋定而后动。

其次要会定规则。某种意义上，管理都是游戏，既然参与游戏，就要有合适的游戏规则，否则一定会乱套。规则就是制度。包括流程都是规则。好的制度会让坏人不干坏事，坏的制度会逼良为娼，会让好人变坏。所以，好的管理者一定要高度重视制度建设!

有了可行的规划和合理的制度规则，还要有效贯彻执行，那就是做规矩。所谓没有规矩不成方圆。谁不按规则游戏，不按规划行动，就要及时“修理”和“修正”，或上发条，或念紧箍咒。管理者的最高境界就是在不失控的前提下，充分调动被管理者的积极性，所谓“三高”原则 高见、高效、高兴。做规矩实质上就是现场管理的功夫。

多年以来，我体会最容易犯的管理错误就是把复杂的事情简单化，学院派的管理者更容易掉进“把简单的事情复杂化”的陷阱!聪明的管理者既不会把复杂的事情简单化，更不会把简单的事情复杂化。所谓“复杂的事情，简单的处理”的说法，听上去很好，做起来可能上当。

为此，我还总结了五个“凡事”，作为行事准则，一并和大家分享：

凡事首先要判断利害关系（价值属性），

凡事一定要认真研究策划，

凡事一定要讲究效率效益，

凡事一定要即时反馈复命，

凡事一定要及时总结提高。

愿人人都成好管理者，也许不用管别人，但必须要管好自己！

再谈体系化管理 组织执行的步骤

的确，如有朋友提的，管理乃是复杂的系统，真正在管理实践中，如果不上升到体系化层面，就不能算作真正的过关，称不上是管理行家。我将之定义为体系化管理，实操上我以为就是要掌握组织执行的关键步骤，才算得上真正的管理行家。

我理解的体系化管理的首要步骤是目标锁定!目标必须是可衡量可考核的，具体的，我理解应该是目的的量化。目的不可轻易改变放弃，因为目的就是战略，也就是方向和原则。目标则可以修订，也可以分解，并且常常是阶段性的。但目标的合理性至关重要，一旦锁定，也决不可轻易动摇，所有的资源及行动都要朝向目标合理高效的配置和运作。这就是“目标导向”之本义!

第二步就是策略选择!策略应该是怎样达到目标的一系列方法、路径以及资源如何经济合理配置等。所谓目标策略方针是也!用系统论的观点，就是目标、功能、结构、要素的系统解决方案。如果没有充分把握，就应先试验、试点，以验证策略有效性或寻找更有效的策略，如果找不到成功的策略，目标就难以达成，那就得碰运气啦!因为，成功就是目标达成!策略就是方法，找不到有效策略等于没有掌握成功的方法，成功就只能是凭运气了!这是很危险的

找到成功的方法 有效策略形成模式后，第三步应该是想方设法，从点到面加以复制，我将之定义为“体系架构”，包括职能规划、组织结构设计及人事安排、流程设计、任务分配几个核心环节。不会架构体系，意味着作为一个管理者，只能是一个基层的现场管理者，不能算是一个高层次的组织管理者。

好的组织管理者在体系架构时，还一定要高度重视团队建设。因为，同样的体系不同的团队去运作/运营效能可能会大不相同!就像同样的球赛，规则是一样的，不同的球队比赛起来，精彩程度和结果可能完全不同!优秀的管理者一定会非常注重团队建设!团队建设的关键

在于团队融合和团队激励!就不展开了。通常，我还会同步检讨“目标策略体系团队”，如发现问题及时解决，发现偏差随时修正!

我想，这也是戴明“PDCA”管理循环精髓之所在!

中国应建立统一的企业评价标准

看新闻得知，星期五首批28家创业板上市公司正式挂牌交易，全部涨停，非常火暴。我想这真切反映了国人对创业的热情和支持，但作为创业者，我认为一定要保持冷静和理性。还是那句话：没有激情就会死水一潭，失去理性就会洪水泛滥！今天由杭州市政府主办，婴童行业协会承办的首届中国婴童产业创富大赛启动，现场爆棚，出乎意料，似乎也受到创业板开通的刺激。相信大赛会很精彩成功！我也可以不厌其烦地和各位创富者分享创业心得

首届中国婴童产业创富大赛启动仪式

兴奋之余，不由得想到一个问题，当下中国应该有一个统一衡量创业者及其企业的价值准则!即到底创业的价值如何体现，怎样的企业才是应该受我们尊重、尊敬的？对此，一直以来有些想法，借今天的机会写成博客，和朋友们探讨。

根据我和国际企业界及经济学界朋友的交流，一般国际上的认知，大企业主要贡献财税，当然还有就业、技术进步、行业规范等，中小企业主要提供就业，还有创新、激活市场等。本人一直认为企业是价值创造的主体，赚钱是硬道理，但“君子爱财，取之有道”。要追求五大价值统一（顾客价值+股东价值+员工价值+社会价值+合作伙伴价值），从最本质意义上讲，做企业就是价值创造的多赢游戏，财富就是赢家们应该分享的果实。

在首届中国婴童产业创富大赛上讲话

对于中国企业而言，我认为应该从以下四个方面来衡量好坏。

首先，在商言商，赚钱是硬道理，好的企业第一要看利税大小。利税越大表明创造的价值越大，对社会的贡献也越大。由此推论，政府对企业的奖励优惠政策，我认为首先要看税收贡献大小，才是最公平公正的，因为交税金额不能忽悠，大家据此排排坐，都没话说，或

许还可以减少权力寻租和腐败。还有各地招商引资，多注重投资大小，其实明智的政策应该更注重产出 税收贡献大小。

其次，衡量好企业的标准应该看企业的员工规模、薪酬福利水平。对政府而言，是对就业的贡献。我接触过美国的地方政府招商引资，主要着眼于对当地就业的贡献。因为就业解决好了，人们收入提高了，地方就和谐安定，毕竟不可能人人都去做老板。

第三，衡量好企业的标准应该看诚信度。这也是公平原则的要求。如果以不正当竞争为手段取胜的企业被树为榜样，比笑贫不笑娼还要恶劣！为此，建议相关部门应该建立全国统一互通的企业资信认证体系。目前各自为政的资信系统某种意义上还有空子可钻。

第四，好企业还应该在创新方面有良好表现，不仅是技术创新，还有管理创新以及商业模式的创新都应该鼓励。多年的体会，创新力就是企业的可持续竞争力，而企业经营就像马拉松赛跑，创新耐久力非常重要。可以这么说，没有有效的管理，企业无法做好；没有雄厚的资本，企业很难做大；没有创新，企业很难做强做久。

当然，衡量企业的价值标准还很多。但窃以为不要搞得太复杂，太多了重点反而容易偏离，以上四条标准比较简单明了，望企业界思考，有关部门参考。

简而言之，好企业就看利税、就业、诚信、创新表现足矣!愿中国企业的价值取向越来越正确!中国企业的生态环境越来越好!

又及，政府可以分别设立利税贡献奖、就业贡献奖、诚信奖、创新奖

“生意人”的另类解读(1)

生意人就是商人，无商不奸，无奸不商，是千年古训。自下海以来，一直被生意人 商人的定性困扰，总觉得不对劲，不想被人认为是生意人。但创业不久，很快就意识到，要成为企业家，首先必须成为一个生意人 合格商人。也就是说，创业第一道菜就是要学会做生意，因为现实是无情的，做生意就是利益交换，好听点是价值交换，如果不懂，产品卖不出去，原料买不进来，价值实现不了，根本无法生存。在商言商，生意的背后，是商人的现实理性，精明的价值判断和利益算计。不管商人如何唯利是图，但有一个底线，不会强抢暗偷，只会讨价还价，这就是真正的生意人恪守的商道！

商道即人道，在人类历史演进过程中，商人社会是一个巨大进步，一个由真正的生意人为主体构成的社会，一定是和谐社会，因为生意人 商人的行为特质决定凡事虽讨价还价，但都协商解决，自然就形成和谐社会

后来，当我创业有了一定积累以后，有些自认为在下海创业前想得很明白的命题又冒了出来，那就是人活着到底为什么？挣多少钱够？钱多了干什么？人生的意义到底是什么？为什么说人生是自编自导自演的生活大剧？为什么同样的人生，每个人命运却不相同？角色自然各不相同！但相同角色不同的人表现也很不相同？！结局也各不相同？！

忽然想到生意人的本质，倒是很有些意思，似乎还可以用来描写人生及其众生相。故今天特意写成博客和大家分享，也算是对大女儿贝因美17岁的特别感慨

生意人，本质上应该是懂得生命价值和生活意义的人。由此试问，我们都是生意人吗？但愿都是的，可惜我接触到的真正生意人不多。

生命科学研究表明，按照人类的基因构造，人类自然正常的生命可以到150岁。现在人类平均寿命只有不到一半，说明我们的生命潜力还很大。我以为寿命体现的是人类生命的自然价值，不等同于社会价值和人文价值。只有活得长，活出精彩，活出价值（社会价值和人文价值），才是真正体现生命价值最大化。每个个体生命都是独一无二的，因此，本质上（灵魂）也都是孤独的，而人类又是最典型的社会性（群体性）动物，又是独有思想意识的生命体。因此注定人类常常要灵肉分离，忍受精神的痛苦，当然相应也可以感受灵魂出窍的幻觉快乐，并可体会欲仙欲死的境界 所谓高峰体验是也。幸好我们有爱的本能（我以为爱是最基本的人文元素），我们的世界因而有了温情，从而滋生出文化，进而让我们变成了真正大写的人 生意人！由此，我们有主张：生命因爱而生，世界因爱而美！假如失去爱，我们将立即掉进恐怖世界！

那么，我们怎样才能成为真正的生意人，以减少人生的孤独，活出精彩，活出价值？！显然没有标准答案。为此，贝因美成功生养教提出了“成功人生”的概念。为什么提“成功生养教”，而不说“科学生养教”？其实我们的老祖宗是有深刻体会的，可惜我们今天的大多数人很少关注也少思考，很难体会啦！更谈不上认同和共鸣 当然，在精英知识阶层，有些反思和回归，但主流仍然是随波逐流的名利权追求，而常常是忘了真正的存在价值，忘了终极目的，进而把手段当成目的，甚至一不小心把尖刀插进自己的心脏，以显酷！

贝因美内部一直有企业文化培训，还有一个“积极的人生观”！作为员工生涯规划和职业发展的指导思想，但多年下来似乎没有引起足够重视，今天借题发挥，也期向更多朋友求证（借机也向原创者浙大余萧枫教授 我的大师兄鸣谢）。

所谓“积极的人生观”，就是“梦想成真”，也是类似于吸引力法则之类的东西。观点一，未来具有无限的可能性，关键看你今天怎么选择！建议你同时带上望远镜、广角镜、显微镜，看清楚想明白，你是

谁？想要什么？凭什么要？哪是你的影响圈？哪是你的关注圈？哪是你的控制圈？

今天的状况是你昨天、前天选

“生意人”的另类解读(2)

择的结果，你的明天、后天取决于你今天的选择！时间是不可逆的，一定要想清楚。观点二，上帝面前人人聪明，只是你没发现自己的聪明！所谓“天生我材必有用”是也！怎么发现你的聪明？兴趣是也。没有兴趣赶快去培养兴趣，所谓兴趣是最好的老师是也！然后把兴趣再发展成志趣即可。往往你觉得容易的事就是你的聪明所在。因为世界上本来没有一件容易的事，如果你很容易做好它，说明你这方面有天赋，好好挖掘出来就是你的核心专长。再掌握下扬长避短的诀窍，必成功也！观点三，一生可以活N次或曰活九次，人人都可以是九命狐狸，有不同的想法，不同的活法。三思而后行，退一步海阔天空，进一步豁然开朗，借一步柳暗花明。千万不要自己跟自己过不去，要安命乐天，既要随缘又要惜缘！不要像小熊掰玉米一样，掰一个扔一个！生活虽无定式，但要有原则。如此才能真正活出精彩，活出价值。当然，人生不同阶段可以有不同的主题和重点，体现不同的价值。只有把人生价值追求转化为信念，以使命驱动，才能构建强大的人生动力机制，达成“生命不息，战斗不止”的最积极境界。如此，你想要不成功都不行！

企业家要讲政治 也谈儒商精神

日前参加首届儒商高级研讨会，有些心得，可能对企业家朋友有用，故整理成博文和朋友们分享。

感慨之一，历史上很多儒商都曾经是红顶商人，红极一时，但结局大多不好，包括大名鼎鼎的胡雪岩。当然，有人会说他们不是真正的儒商。但我认为，他们本质上是真正的儒商。可能因为未能“学而优则仕”而追求“商而优则仕”，也可能是要“达则兼济天下”，做红顶商人可以“兼济天下”，还可以更好地兼顾生意，何乐而不为？！但结局为什么不好？多是因为“触碰”政治，成为政治的牺牲品

感慨之二，人之所需谓之儒。第一个真正的儒商应该是子贡，也是儒家价值知行合一的实践者。某种意义上，没有子贡，就没有今日我们所知的孔子儒家文化的传承。儒家是非常重视传承的，但为什么历史上儒商没能很好地传承？比如历史上最具代表性的儒商群体 徽商（有人说今天的浙商与历史上的徽商有很深的渊源，因为徽商主要出自徽州地区，紧挨浙江）。我以为主要还是受历史局限，但“富不过三代”的古训，还是折射出儒商传承的窘境，令人深思

感慨之三，真正的儒家精神或原则是什么？对我们今天的中国本土企业家有什么可借鉴学习的？我以为那就是“君子爱财，取之有道”的商道原则。或者说是“商而不奸”，如有“商以济世”的情怀也不错。但窃以为要慎学红顶商人，做好自己的本分 经营管理好自己的企业最重要，这就是最大的价值体现。如果确实有余力，做点力所能及的慈善公益足够，最好不要去碰政治，更不要去玩政治！不妨向盛宣怀学习。千万不要有“帝王情结”，也勿要有“成功迷恋”，要永远坚守本分，抱持归零心态，保持清醒头脑 我是谁？想要什么？凭什么要？坚持“君子爱财，取之有道”的原则，“商以济世者”为上。

但我以为企业家一定要讲政治，懂政治！我接触的很多国际上的企业家其实都很讲政治。比如他们几乎不和外国人谈论本国政治，从

不公开批评政治领导人，不轻易表露政治立场。因为现代企业家本身都是国家的公民，都很爱国，理性。（凡是民族的，都是政治的。）作为优秀社会公民，一定有更好的政治素养和敏感度，包括政治立场。中国的企业家就更应该讲政治，因为中国的大环境更注重政治，中国企业家就更要讲政治，经世致用，做公民的典范 爱国，有强烈社会责任感。（另儒商的重要特质之一就是知行合一，这也是今天我们应该学习的。）而把运作好企业上升为历史使命，诚信经营，不断创新，为企业发展多创利，为社会多创造财富，贡献税收，多解决就业，做好本分，就是最好的讲政治。

你是有效管理者还是英明领导者？(1)

最近，不断被问到管理和领导的相关问题，颇有感触，以为对大家可能有用，下决心整理成博文，与大家分享。

记忆犹新，在20世纪80年代初，大学第二学期，在商学院图书馆读到当时台湾版的彼得·德鲁克的《有效的管理者》（这也是我读的第一本管理专著），如获至宝，如沐甘霖，用现在的流行语言就是非常震撼。从此管理的有效性原则就植入到我的骨髓，也就此下决心要做一个“有效的管理者”，并从自我管理开始，身体力行，探索有效管理之道，迄今未有懈怠。对管理的有效性原则也体会越来越深，所谓“没有科学的管理，只有有效的管理”是也。我理解，管理作为一门实践科学，非常复杂微妙，是一门综合性学科，可以说没有定式，其最高原则就是“有效”与否。而对于从事管理的管理者，则是难者不会，会者不难。如果把自我管理引入管理的基本范畴，那么管理应该成为人类最基本的机能和存在特征，而且是最重要的价值行为。直白说不懂管理，就无法立足于现代社会，做一个合格现代人。而不能有效自我管理，也就无法实现自我价值，做一个有存在价值的人。因此，管理应该要成为现代人的基本功修炼，人人都会都懂才好。为此，我想和大家尝试剖析一下有效性原则，多视角界定一下有效管理和英明领导。

首先，就管理的本质属性而言，我曾经有描述：通过有效的管事理人，达成既定的目标。因此，管理应该以事为本，以人为根。或者说以人为经，以事为纬。因为所有的事都是人为的，所谓“事在人为，人定胜天”就是此理。有效的管理就最本质的含义而言，就是如何处理好人和事的关系，以达成设定的目标，取得预期结果。

其次，就管理的要素属性而言，有效性原则就是“物尽其用，人尽其才，时尽其效”，也就是经济性原则。

再次，就管理的过程属性看，有效性原则就是决策的正确性和执行的准确性，所谓“做正确的事和正确地做事”是也！

第四，就管理的目标价值属性而言，有效性原则就是“不管白猫黑猫，抓住老鼠就是好猫”是也，也就是“成败论英雄”，即目标与手段的一致性，目标设定要价值合理，路径(手段)选择设计要合理经济可行。所谓三性原则（必要性、经济性、可行性）是也。

最后，就管理的职能属性而言，有效性原则就是“PDCA”的系统循环，也就是闭环原则。

因此，在具体的管理实践操作上，有效的管理者最关键的管理环节，就是设定合理可行的目标，然后选择经济可行的路径（手段），运用“三规”（规划、规则、规矩），按照PDCA循环，永远追求更快、更好、更省的目标和路径。也就是在决策上要高明，在执行上要高效，在结果上要高兴，使各方皆大欢喜（管理者和被管理者）。

再谈领导（Leader）。我理解，领导和管理是不可分割的两个概念，但又是不相同的两个概念（否则，英文和汉字都没必要产生两个不同的词汇）。个人体会，广义的管理包涵领导，或者说领导是管理的高级状态，是针对混沌状态或灰箱系统的管理方法(包括创新管理)，更本质的含义是针对人的因素的管理，即侧重于管事理人的理人方面。“事在人为，人定胜天”，因此，领导应该是高层次的管理行为。由此，我们就可以进一步界定领导属性和本质特征，以及领导与管理的区别。

窃以为，领导的核心表征就是英明。就宏观层面而言，领导的根本职能就是明确事物发展的方向(管理的目标导向)，并审时度势制定行动的纲领(管理的原则即策略、方针)及路线(管理的路径、手段)。因此，领导的水平，也就是首先体现在对事物的不确定性的预判和把握上，即是否英明的首要评判。

就领导的本质属性而言，领导的对象针对的是人，而人是思想动物，思想决定人的行动，意识支配人的行为。因此领导首先要在思想上实现领导，而思想又是最复杂的东西。如果不英明，就无法洞悉

你是有效管理者还是英明领导者？(2)

人们的思想，也就无法有效领导。因此，领导者必须先知先觉，保证自己思想意识的领先，并体现落实到具体明智的决策上。而了解思想，把握思想，表达思想 思想工作是领导的基本职能。

其次，英明的领导必须深刻了解把握人性特点，知道有效激励，因势利导，主要依靠调动人的主观能动性达到目标。就HR的操作而言，领导们都深知：绩效=态度×技能。而态度决定一切!领导的工作永远围绕如何把人们的态度调整到最佳状态而展开。深知态度取决于思想意识 价值取向(要什么)，认知水平 是什么，为什么，以及情感偏好兴趣爱好(是否喜欢)。因此，“统一思想，导正态度，协调行动”，是领导者的常态工作。

英明领导的最大挑战来自于领导失败的风险!因而怎样避免领导失败，如何建立领导权威，是英明领导的核心课题。对此，笔者体会，作为领导者，可以在两方面下工夫，一方面要从事物发展变化的把握即不确定性方面下工夫，或者说道行上努力，不断证明自己的正确，那就要与时俱进，不断修正自己，千万不要刚愎自用，所谓“得道成功”是也。另一方面，要在德行上下工夫，要言而有信，是非分明，赏罚分明，公私分明，慎用权术，做到“公开、公平、公正”，并永远坚持上述“三公”原则，力求最大限度得到人们的信赖，所谓“德行天下”也。而作为下属，则要把维护领导威信，在领导决策前充分表达不同意见，决策后坚决执行，保留不同意见，证明领导正确作为重要的行为取向。

那么，从领导的核心技巧而言，我常与贝因美管理层调侃：领导既要高高在上，又要平易近人。高高在上，指的是领导者水平要高，觉悟境界要高，姿态要高，永远站在高端看问题，有远见高见，决策要高明。平易近人，指的是行为表现上，切勿居高临下，不尊重下属，或者自我隔离，主观臆断，官僚习气，玩弄权术，脱离团队，不

近人情。如此，等于自废领导武功，丧失领导力，必将承受领导失败的恶果。

就领导实践而言，只要把握住方向和原则即可，不宜管得过细，干预太多。但必须对后果负责，因此关键环节一定要掌控，即善于HACCP，好的领导应该是放风筝的高手!永远以帮助下属成功 飞得高为乐事 而作为管理者，则必须同时把握目标与路径(过程)，掌控细节，特别是关键细节。这是由两者的角色区别造成的。所以，我常开玩笑说，外行可以领导内行，管理则不可以，否则，一定会鸡飞狗跳。管理和领导的另一个重要区别就是“管理靠权力，领导靠水平”，特别是执行管理者，必须充分理解领导决策，才能执行到位，避免滥用权力而鸡飞狗跳。否则，还会损害领导威信，就不能算合格的管理者。

总之，有效管理和英明领导是一个困难的话题，但愿对大家有用。

附：

我的成功格言

成功的经验可以借鉴

成功的模式难以模仿

成功的法则必须遵循

失败的教训必须汲取

学习能力是个人的核心竞争力(1)

给全体贝因美人的一封信

竞争是自然界、所有物种、人类生存的基本状态。学习是所有生物的本能，更是人类生存的根本，人类之所以为万物之灵，就在于比所有物种有更强的学习能力。也就是说，一切生命的生存处境和生活状态均取决于竞争者的竞争力，即应对变革与激烈的外部竞争，能否取胜于竞争对手的竞争力。

对于人类个体而言，其竞争力更由学习能力所决定。这一点从生物进化角度很容易理解“物竞天择，适者生存”，资源的相对匮乏导致了激烈的生存竞争，变化的环境则决定“适者生存”的方向。学习即起源于人与不断变化的环境的互动之中，是人类主动获取经验和知识、以增进对环境（及竞争对手）的了解和应对能力、以期在生存竞争中胜出的行为。在环境急剧变化的条件下发生的竞争之中，更强的学习能力意味着环境中的个体能够更快更好地适应环境、应对对手，也即意味着个体在生存竞争中胜出的更大可能。

由此可见，学习的需求是由环境决定、天然存在的，而竞争的意识则源于人的生存本能，成为学习的根本驱动力。因此学习能力就是个人生存发展的核心竞争力。

但是，由于人类二律背反的发展，如今我们面临的早已不仅仅是简单的生存竞争。竞争的结果，也早已不仅仅是赤裸裸的生与死。“活着就是活着，不为活着以外的任何东西活着”，似乎很容易，很简单，很正确。身处现代社会的我们，生存的矛盾似乎不存在了，竞争似乎不需要了，学习的驱动力渐渐消散，似乎不必继续学习了。人们开始向往“位高权重责任轻，钱多事少离家近，打球打到腿抽筋，睡觉睡到自然醒”的生活。于是，“温水煮青蛙”的故事发生了。

这是近二十年来在西方发达国家十分普及的社会现象，也一度是令国人羡煞的生活方式。但星移斗转，时间来到2008年，次贷危机突

然层层爆发，多个国家集体“裸泳”，号称“世界最富裕”、“最和平”的某些北欧国家甚至濒临破产，每位国民相当于身负37万美元的债务。可以说，经济危机虽由经济范畴内的种种原因而起，但意识形态上的危机早已在国民心态和国家体制中悄然筑就：竞争意识缺位，精英意识淡薄，学习行为缺失 意识决定行为，行为导致结果，当下这一切，值得我们每个中国人深思！

现在，让我们收回视线，重新审视我们的组织和命运共同体 贝因美。

到今天，贝因美已经走进风风雨雨的第17年。17年来，我们的核心竞争力步步提升。可以说贝因美今天的一切成就，包括在刚刚过去的除夕夜中央电视台春节晚会上的精彩亮相，都是我们17年来坚持不懈打造核心竞争力的必然结果。

然而近来我已经听到有些人说，贝因美已经“够”大了，言下之意是“你们可以躺着吃老本了”；还有人向我当面表示惊讶，说没想到我现在居然还在夜以继日地工作。次贷危机以前我可能还要耐着性子解释“逆水行舟，不进则退”云云。次贷危机发生以后我就省心多了：中国不能成为冰岛，贝因美人不能成为雷曼兄弟！事实上，我们已经体会到了学习和进步的相对不足给贝因美带来的阵痛：内部运营管理跟不上战略发展和业务拓展的要求，各方面现实表现跟不上品牌声望的提升速度 我们的方方面面，仍然急迫地需要进步！而这些进步，只能来源于我们每一位贝因美人脚踏实地的学习、自动自发的努力！如果说我们并不缺乏竞争意识和精英意识，那么我们仍然要持续不断地植入和强化这种意识，更重要的是要及时充分地转化为学习的行动。

那么，我们究竟应该学习什么，又应该如何学习?

首先，我希望各位还记得曾经与大家分享过的“五个学会”：学会学习，学会做人，学会做事，学会沟通，学会生活。如果要衡量“五个学会”的轻重缓急，那么我认为，“学会学习”是先决条件，也是决定学习结果和水平的重要因素，因此是我们当前的重中之重，应该被放在

学习能力是个人的核心竞争力(2)

最优先的地位。

学习的过程也就是追求成功人生的过程。因此，首先应该端正态度，也就是人生态度。这就要求在学习过程中务必要避开“十大陷阱”：迷失方向，不知所措；没有目标，失去动力；没有原则，失去人格；自以为是，刚愎自用；自以为大，目空一切；急功近利，不择手段；迷失自我，不知所处；意气用事，失去理智；感情用事，为情所困；不知不觉，麻木不仁。以前我说过，十大陷阱掉进去两三个，可能就完了。现在做下修正：只要意识到自己掉进去了，只要还想爬出来重新开始，那么就还有机会。吃一堑，长一智，这也算是挫折学习，但是千万要记住“同样的错误不能犯两次”！

贝因美是“商学院”，也是“成功生养教研究院”、“人生大学堂”，因此，是很好的学习平台。我支持行动学习法，只要你把每项工作都作为课题来研究，每件任务都当案例来做，你一定就大不同。这或许就是我们贝因美人迈向学习型组织、打造知识/文化型企业的金钥匙。

在这里，我认为有必要再次强调人生三问：

我是谁？想要什么？凭什么要？

这是关于人生追求、价值实现的最根本的三个问题，也是我希望每个贝因美人不懈思考、求索、参悟、实践的关于事业乃至整个生涯规划的命题。同时希望每个贝因美人思考：为什么到贝因美来？想要什么？凭什么要？我相信，每个贝因美人都可以成为社会的精英，都可以实现自己的人生价值。只要相信这一点，你就可以拥有无穷的内在驱动，就能不断提升自己，获得进步。我更希望大家能够把职业发展规划与生涯规划高度整合，更多人成为事业经理人，实现成功人生！

最后，唯愿“我学习、我努力、我进步、我成功”成为每个贝因美人的自我激励信条，从今天开始、从此刻开始，改变自己，影响旁

人，活出精彩，活出价值！

人生更需要有效经营管理

子曰：吾十有五而志于学，三十而立，四十而不惑，五十而知天命，六十而耳顺，七十而从心所欲，不逾矩。

这是孔子对人生发展的感悟。我理解，这应该也许是历史上最早的人生经营意识。因此，可以说孔子是第一位人生导师，其儒家理论也可以说是中国传统的人生经营管理理念，且系统而博大精深，历久弥新，堪称圣人而伟大。

西方式的人生经营管理理念更直接体现在生涯规划上。整个成功学就是如何更有效、更好地经营人生的理念和方法，所谓成功人生就是人生价值最大化地实现，这也是西方精英们的核心人生动力及理念，值得我们认真借鉴学习。

我以为人生需要有效的经营管理，首先因为人生是不可逆的过程。逝者如斯夫，所谓过了这个村，没有那家店；世上买不到后悔药；吃一顿少一顿 所以要把握机会，用心经营，珍惜缘分，自重自爱。

人生需要有效的经营管理，更在于人类是社会性动物，需要社会化生存，竞合发展。但首先要做好自我管理，从日常的生活到工作、学习。一个连自己生活都不能料理的人是很难在现代社会很好地生存发展的。特别是作为经营管理者，如果连自己都管不好，我以为很难去管理别人。此外，人际关系，包括亲情都需要有效经营管理。不论是自由职业的社会人还是职业经理人，都需要建立个人品牌和声望，否则，就无法体现和实现社会价值。

人生经营管理的首要事宜就是立志定目标，没有明确的人生目标，就会迷失方向，所有的资源和机会都将毫无意义，甚至变成包袱!且没有目标就没有动力。所以，我把失去目标列为人生第一大陷阱

目标设定以后，就要寻找成功路径。明了达到目标的所有相关因素，进行有效的管理。想清楚我是谁，想要什么，凭什么要，至关重

要。我以为经营成功人生的基础管理就是所谓的五个学会：学会学习，学会生活，学会沟通，学会做人，学会做事。而学会学习 学习能力乃是现代人最重要的个人核心竞争力。

而衡量人生经营管理有效性和成功的标准或者说成功人生的表征应该是身体健康+事业有成+生活幸福，分别是本体价值、社会价值、自我价值的体现，也就是说成功人生就是上述三大价值的统合综效。而所谓成功，就是目标达成，愿望实现。

所以，人生经营管理的本质就是把命运掌握在自己手里，我学习，我努力，我成功!这也是西方成功人士所谓的真正精英意识!

“不做总统，就做营销人”

为人类进入营销时代鼓与呼兼谈个人品牌塑造

昨天《中国经营报》发表了我的一个题为《不做总统，就做营销人》的访谈，引起很多朋友关注关切!有不少朋友特别对我所提“人类进入营销时代”表示了高度兴趣，希望我能够做进一步分享探讨，盛情难却，还是写成博客与更多朋友讨论分享

首先，人类进入营销时代是因为全球化 人类科技经济文化发展的必然结果。因为，营销首先是经济上竞争的必然产物，当人们被称为经济人时，营销就成为竞争取胜的必然(不论从道或术而言)。因而，我认为营销本质上是人类生存发展竞争的本能反应，当现代化、市场化、全球化把我们带入全方位生存竞争状态时，人类进入全方位营销时代就成为不可避免!

然而，真正的营销应该是竞合发展，是激发人们潜能的生存游戏，绝不应该是“你死我活”的生死格斗，但必定是要有胜负的比赛。因此，可以把营销定义为：比竞争者更好更快地赢得营销对象认可认同的互动游戏。既然是游戏，就应该是有规则的，也是有规律的，当然这是营销者的营销定义。只不过政治家营销的是政治理念及其实践，争取的是人民最大限度的理解支持；企业家营销的是企业文化及其价值，以争取市场最大限度的支持，产品和服务只不过是载体；宗教组织营销的是信仰及其教义，争取的是更多的信众；学者营销的是学术思想，争取的是更多的共鸣：每一个组织营销的都是自身的独特存在价值，作为个人也是如此

组织营销最怕的是成员不能达成共识，不能形成一致的目标，从而无法协调行动，陷入耗散状态，失去存在的价值。还有就是目标策略方针的不协同，表里不一，本末倒置，或金玉其外，败絮其中，或内秀外拙(劣)，不能很好地体现价值。甚至把手段当做目的，把尖刀插入自己人的心脏。此外，就是缺乏与竞争对手的区隔，不能突显自

己的个性 即品牌价值。从而很容易淹没在市场大海之中，至多在涨潮时随波逐流地分一杯羹，终究不能长久。或者东施效颦，掉进山寨文化的陷阱！

个人营销的基本命题就是如何塑造个人品牌，“我是谁”就是品牌定位，“我想要什么”就是目标选择，“凭什么要”就是策略方针，也就是核心专长竞争优势打造。个人品牌打造的内涵本质我以为就是人格塑造。谈恋爱是最具代表性的个人营销行为，我常跟贝因美的HR和营销高管半开玩笑半认真地说，找营销人员要找会谈恋爱的，不会谈恋爱的人很难悟到营销的真谛，是做不好营销的。而婚姻家庭则是个人营销管理的核心体现，进一步可以说，婚姻家庭经营管理不好的人，是很难做好营销管理，从而很难进入到营销管理的最高境界的。此外，还有八维人际关系管理，都是个人营销的基本功，而五个学会(学会学习、学会生活、学会做人、学会做事、学会沟通)就是个人营销学习的基本内容。总之，个人营销最怕的是不知道自己是谁，想要什么，凭什么要，即失去人生目标，没有方向原则。另外，最糟糕的就是没有人格，丧尽天良，相当于个人品牌价值丢失，甚至变负数。所谓生涯规划本质上就是个人营销发展规划，如此，谋定而后动，成功人生方可期。

时间关系，不多写了。真的为人类进入营销时代鼓与呼，这是一场谁也无法逆转逃避但却充满激情刺激的马拉松赛跑，需要激情、智慧、理性、规则，更应该是多赢的游戏！营销既是术更是道，忽悠绝不是真正的营销，只会伤害个人品牌诚信度，而失去诚信度的品牌是没有价值的。有机会愿与更多朋友进一步探讨！

大目标应该是中华伟大复兴

首届亲子文化论坛感触

首先回答一下什么是亲子文化，以及亲子文化的功能是什么。先讲亲子，就是父母亲和孩子。目前人类还是有性自然繁衍生存状态，因此，我们都是父母的孩子，也都应该是孩子的父母。那么，所谓亲子文化就是关于父母亲和孩子 亲子关系如何相处的文化。而文化我们理解就是人化，学文化人类学的有一个通俗说法：文化是个大箩筐，什么东西都可以往里装。意思是有人的地方就有文化，凡人的东西都是文化。只不过文化有高低好坏之分，当然也有先进落后之分。因此，我们人人都有资格谈论亲子文化，也无不在亲子文化浸润中成长；因此，亲子文化也是我们所有人出生后接触的“第一文化”、“种子文化”。所谓，父母是人生的第一任老师，家庭是人生的第一所学校是也。亲子文化的功能就是规范亲子关系，保障家庭和睦，从而支撑社会和谐，确保人类社会文化的传承与发展。

因此，当下的丁克家庭现象、同性恋现象以及宁可养宠物也不养孩子现象都是亲子文化的异化现象。还有其他迷失及不适应状况，已经成为当下中国非常严重的深层次问题。所以，我们提出要重塑亲子文化!如果说中华传统亲子文化的核心元素和价值取向是“孝道”，那么我们认为重塑的亲子文化应该以“爱”为核心价值元素，也就是向“爱”道转变。但我们并不反对“孝”，只是认为孝已不足于承载当下时代背景下的亲子文化核心功能。而亲子文化出问题，家庭就会出问题，家庭有问题，就会影响到社会，从而波及整个国家民族层面。

没有家，哪有国？没有国，哪存家？因此，强烈呼吁关注亲子文化异化、迷失、冲突现象，重视亲子文化的重塑，全民关注并将之上升到国家层面。

生命因爱而生，世界因爱而美。为什么我们主张以爱作为亲子文化的核心元素？因为爱是发自内心，自觉自愿的关心、关切、关怀。

是人类共通的最基本的人文元素和本能。假如没有爱，世界将是不可想象的和恐怖的。人类所有道德、信仰、文化都是以爱为动力铸就的，养成的。而亲子教育就是重塑亲子文化的主要途径，本身也是亲子之爱 亲子文化的主要体现和传承方式。

因此，重塑亲子文化的大目标就是中华伟大复兴，切入点应该是亲子教育。否则，我们将永远走不出有知识没文化的困境，走不出教育的误区，陷入没有大目标的迷局，跌落无法实现大目标的困局。

小爱至亲，亲情无价，积小成大，有爱乃善，有容乃大，大爱无疆，真爱无敌，因爱而美!

我认为“真”、“善”、“爱”应成为当下国人的新人文精神，并从亲子文化入手重塑之!把爱传下去，让爱代代相传 应该成为全体国人的理想、责任、使命!

今天是5·20，容我喊一声：祖国母亲，我爱你!

又及：小平同志曾说“中国改革开放最大的失误是教育”，本人完全赞成并认为教育最大的误区就在亲子家庭，也就是亲子文化教育的误区！

从小做起，做大国民

凤凰网(www.ifeng.com)和贝因美共同发起的国民素养大讨论，相关话题引起了热议。大家希望我挺一下，我想义不容辞。因为不管我们是否乐意，我们都是中国人，都共享中国这个品牌，故都有创建维护中国这个品牌的义务。中国无疑是大国，所以我们自然都是大国民，我们的言行举止，一切的表现，都直接指向大国形象 中国的品牌力。我理解“从小做起，做大国民”，要讨论的是国人如何提升综合素养做大国民。我认为这包含两层意思，首先作为大公民 大人们，要从小事做起，从小处入手，比如不随口吐痰，不说脏话，“五讲四美”，以身作则，做一个大国民。另一层意思，应该是怎样让我们的小公民小朋友们长大后成为风范大国民。大人们为此应该怎么做，小朋友们应该如何配合，即大人怎么教和带，也就是贝因美一贯倡导的“国民素养，从小培养”，“成功人生，从小起步”，国民素质早教的问题。

贝因美育婴专家组为此在上周专门围绕早教误区以及如何成功早教，进行了一次专题教研活动。大家一致期望我能进一步就早教话题发表见解。两方面理由合在一起，不得不写此篇博客，和大家分享。

首先，我想表达，全球化时代，国家民族不会消亡，反而由于国际交往的增强，在交往碰撞中，民族国家的意识和行为会强化，只不过政治文化上会更包容，战争冲突会减少，而利益博弈会更激烈，在现象上将表现为人类全面营销时代的到来，国家营销将大行其道，而国民素质将成为国家竞争力的核心基础，应该强化全民关注和重视，这也是贝因美和凤凰网发起支持大讨论的重要原由。

怎样才能更好地提高国民素养？我以为，除了首先应该引起全体国人的重视，还要搞清国民素质的内涵和外延，然后“从小做起，做大国民”。

如果大家认同国民素质的重要，目前我们的国民素质表现尚未适应全球化、现代化的趋势要求，那么，我们就有必要重点探讨一下国

民素质的内涵和外延。根据二十年前的课题研究，以及多年来本人的理解，国民素质是一个国家公民一切行为意识的综合表现，大致可以划分为四大素养：道德素养、人文素养、组织素养和科学素养。基本上各国的基础教育，就是国民素质教育，着眼点就是为了提高国民素养以适应民族国家的发展，从根本上保障国民福祉和利益。

“国民素养，从小培养”，如何导入国民素质早教，可能是一个被忽视的大问题。常有家长问我早教的原则，我都会强调三点，第一点是安全，永远第一，但不应该因此限制宝宝认知行为的大胆探索，换言之，只要没有安全问题，家长老师都应该放手让孩子去发挥，去表现，去大胆行动！（中国之所以迄今未有本土人士获诺贝尔奖，我想可能就与此有关：我们的宝宝行为从小被过度限制，失去了大胆探索的创新精神！）第二点就是礼貌和道德。凡是不礼貌和不道德的行为，家长老师一定要第一时间批评教育，制止纠正。礼貌是宝宝道德的起点，绝不能含糊和忽视。得道成功，德行天下。道德是做人的根本。第三点当然就是健康。健康的完整含义包含身体（生理上）的健康和人格层面（心理上）的健康，也就是人文素养的现代意义。

为什么中国大陆迄今未有获诺贝尔奖者?

高锟新获诺贝尔奖有感

尽管诺贝尔奖并非毫无争议，但迄今仍然是无可替代的全球科学成就的最高奖励，是世界各国科学家人人向往的荣耀

不日前，欣闻年度诺贝尔奖揭晓，曾任香港大学校长的光纤之父高锟成为物理学主要获奖人。我为华人诺贝尔奖名单再添一名重量级人物感到高兴，这再次证明了华人的智慧，以及作为优秀华人科学家在基因人种上的毫不逊色!但高兴之余，不由得感叹：为什么作为华人主体构成的中国大陆十三亿人迄今未有获诺贝尔奖者？抛开可能存在的意识形态偏见不谈，人种偏见当不存在了，我们在科技方面的投入也不可谓不大，那么为什么迄今未有本土科学家问鼎诺贝尔奖呢？这至少说明本土中国人在基础研究领域之重要科学发现及重大科技发明创造方面还落后，当然这与我们定义的发展中国家地位还是对应的。但如果我们要赶超，真正实现中华伟大复兴，没有科学成就的惊人突破和赶超领先，也是不可思议的。

本人以为，中国本土科学家之所以迄今未有诺贝尔奖获得者，至少有以下几点值得国人关注思考：

第一，我们还缺乏世界级的科学家、科学精英。背后的深层次原因是什么？

第二，我们当下的科技体制肯定存在某种缺陷。我们的科学氛围也存在相当的偏差。国民整体科学素养不高，“赛先生”虽从五四开始请进，但真正的科学精神 彻底尊崇真理，还没有很好地变成我们的科学文化基因！这可以从我们的科学家越来越不是年轻人崇拜的偶像及人生理想追求得到反证。

第三，科技的背后是教育，我们的教育体制仍然是应试教育和模式化教育为主导，素质教育没有真正落实，更谈不上创造力教育。我们的老师更多关注升学率，本身对创造性人才及科学创造的文化缺乏

认知，很难接受容忍诸如高锟这样从小要自制炸弹的“坏孩子”，更不要说鼓励引导啦！创造就是无中生有，创新就是要大胆试错，鼓励探索！

第四，我们的家长往往也不喜欢异想天开的孩子，不知道科学早教，不喜欢孩子的“十万个为什么”，更不自觉地会限制孩子的认知行为，不知道应该在没有安全隐患的前提下大胆鼓励宝宝的一切“幼稚可笑”的探索行为、创造意识及行为表现！不知道科学创造和发明的特质是要从小培养的，这种特质才是造成杰出科学成就的根本原因。因为我们家长的缺乏意识，天才往往从小就不经意被扼杀了！

非常期待，本土中国人能早日问鼎诺贝尔奖！这也应当是中国崛起的重要表征之一！

科学发展应该以人的发展为优先

首届中国宝贝成长论坛有感

科学发展观当下无疑成为国人的主流意识和共识！甚至可以说，“科学发展，以人为本”的理念已经深入人心。但笔者观察，令人困惑的是，科学发展的优先次序在政府和社会大众的认知和行为选择上并非很明确，甚或严重错位，这也是导致当下中国问题的重要原因，甚至威胁和谐社会的构建，窃以为应该引起高度重视！

笔者以为，科学发展肯定要有优先次序。正像中国改革开放之初，小平同志提出的“让一部分人先富起来”一样，因为不可能所有国人同步致富。同样，科学发展也不可能方方面面同步发展。因此，就有优先发展次序问题。而且先发展什么，后发展什么，不仅是价值选择问题，应该还有内在的规律和逻辑。以本人之见，不管发展什么、如何发展，归根结底，以人为本，就是应该以人的发展为优先，因此，民生课题，比如健康、教育、社保等理所当然是优先解决和要保证发展的领域。

而上周由国家民委和《瞭望东方周刊》主办的首届中国宝贝成长论坛上，本人又强烈地感受到，以人的发展为优先，宝贝们更应该是优先的优先，成功生养教、婴童产业、婴童经济及其背后的亲子文化，真的责任重大，使命光荣，所有从事婴童事业的人们，应该更加努力，争取各方面的更加重视。（目前社会各方面其实重视度很不够！）因为，成长是不可逆的，错过了成长关键期往往无法弥补，宝贝们的成长规律，“三岁看大，七岁看老”，现在0~6岁的宝贝，30年后就是中国的年轻主流一代，他们将应对更加全球化、现代化的挑战，会面对更加严峻的人口、环境、资源的竞争压力。如果我们不从现在就着眼于未来几十年他们要面对的生存发展挑战，去培养造就他们的素质能力，将是我们这代人不可饶恕的失职，甚至是犯罪。

而我们看到今天很多家长把孩子当宠物或机器猫养，甚至以爱的名义伤害孩子，没有意识到“爱是一种信仰”，“爱是一种智慧，更是一种能力”，要无条件有原则，只有从小培养孩子健康的体格、健全的人格，再加上良好的智能，按宝贝的成长规律，进行科学养教，才能成功。

“国民素养，从小培养，成功人生，从小起步!”金钱买不到宝贝的成功人生!权力也换不来孩子的幸福一生，不能保证一生的前途命运。只有成功生养教，从宝贝出生第一天起就让宝贝自己睡觉，从小培养独立性，独立性是一切成长的基础起点，尽可能在六岁以前就学会学习、学会生活、学会做人、学会做事、学习沟通，培养优秀个人竞争力，才能更好地成长发展。这就是贝因美提出的“冠军宝贝的成长力，宝宝自己的生命力”的全部意义所在。

强烈主张：科学发展，以人为本，宝贝优先。

再喊一句口号：宝贝我们的下一代，下一代我们的宝贝！少年强则中国强，宝贝好则中国好！